

УДК 640.41 : 338.48 (477.54)

**И.Б.АНДРЕНКО**

*Харьковская государственная академия городского хозяйства*

## **ПЕРСПЕКТИВА ГОСТИНИЦ ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА – ОРИЕНТАЦИЯ НА ДЕЛОВЫХ ТУРИСТОВ**

Обосновывается необходимость позиционирования г.Харькова как центра делового туризма на основе анализа его потенциала и особых требований, предъявляемых деловым туризмом. Предложены рекомендации относительно перспектив развития гостиничного хозяйства Харьковского региона.

В последние годы деловой туризм превратился в наиболее динамично развивающийся вид международного туризма. Его особенность в том, что он может развиваться в регионах и городах, не имеющих особых исторических и архитектурных достопримечательностей.

В соответствии с международной туристской практикой понятие делового туризма охватывает широкий круг поездок:

- деловые поездки (командировки сотрудников организаций и фирм) с целью переговоров, участия в производственных совещаниях, презентациях, сбытовой деятельности и т.д.
- поездки на конгрессы, конференции, выставки, ярмарки, биржи;
- инсентив-туры;
- поездки официальных делегаций, спортивных команд, гастрольных групп.

Мероприятия делового туризма могут принимать разнообразные формы, иметь разные названия: конгресс, конференция, саммит, съезд, симпозиум, семинар и пр.

Следует учитывать, что на привлекательность и выбор любой страны (региона) как объекта туризма влияют различные факторы: географическое положение, доступность, природа, климат, политическая и экономическая стабильность, отношение местного населения к приезжим, инфраструктура региона, уровень цен, состояние розничной торговли, спортивные, рекреационные и образовательные возможности, культурные и социальные характеристики, стремление следовать моде и др.

Харьковский регион обладает достаточно высоким потенциалом для развития делового и других видов туризма.

Харьков – важнейший промышленный, научно-технический и сельскохозяйственный центр Украины. Вклад экономики региона в ВВП страны составляет 6,2-6,4%. Здесь проживает 6% населения Украины. Постоянное население Харьковской области в 2000г. насчитывало 2 млн. 920,4 тыс. Доля городского населения равна 78,9% и пре-

вышает аналогичный показатель в целом по Украине (68%). Более высокий процент городского населения имеют лишь Донецкий (90,1%), Луганский (86,4%), Днепропетровский (83,6%) регионы. В состав Харьковского региона входят 27 районов, 17 городов, 61 поселок городского типа и 1684 сельских населенных пункта. Отличительной чертой региона является наличие сформированного уникального научно-технического комплекса, потенциал которого превышает потребности региона, а по отдельным направлениям и потребности Украины в целом. В Харьковском регионе работают 6 академических и свыше 200 отраслевых институтов и КБ с общей численностью научных сотрудников около 35 тыс. В 24 вузах III-IV уровня аккредитации обучается 12,9% студентов страны.

Область имеет значительные рекреационные ресурсы, основу которых составляют благоприятные климатические условия, живописные ландшафты, кремнистые гидрокарбонатные кальциево-натриево-магниевые минеральные воды. В области расположено много санаториев, баз отдыха. В Харьковском регионе имеется 135 территорий и объектов природно-заповедного фонда общей площадью 26,4 тыс. га: Бурлукский, Екатериновский заказники, Краснокутский, Натальевский, Старомерчанский, Шаровский парки – памятники садово-паркового искусства, 52 основных объекта туризма и др.

Однако деловой туризм выдвигает и свои специфические требования. Чтобы город был признан центром этого туризма, он должен удовлетворять следующим требованиям:

- иметь средства размещения для проведения деловых мероприятий с участием как минимум 300 делегатов с соответствующим обслуживанием и уровнем обслуживания;
- иметь гостиницы с высоким уровнем комфорта для приема как минимум 300 делегатов;
- предоставлять транспортное обеспечение всем участникам;
- иметь хорошую команду специалистов по проведению деловых мероприятий;
- обладать опытом организации нескольких международных деловых мероприятий и др.

Высокий потенциал Харьковского региона, опыт проведения многочисленных деловых мероприятий, в том числе международного уровня будет способствовать созданию имиджа Харькова как одного из центров делового туризма, но для получения мирового признания нужно приложить еще много усилий. Одной из причин этого служит несоответствие материальной базы, в частности гостиничного хозяйства как Харькова, так и Украины в целом мировым требованиям.

По статистике ВТО в Европе размещена почти половина гостиничных мест мира (40%). Из общего числа 307683 гостиниц с 11333199 номерами Украина, площадь которой составляет 6,037% площади Европы, располагает только 1,08% гостиниц Европы (1326 гостиниц). Причем за период с 1995 по 1999гг. наблюдалась тенденция сокращения числа гостиниц и мест в них с 1396 гостиниц на 130869 мест в 1995г. до 1326 гостиниц на 104224 места в 1999г. Это привело к снижению показателя обеспеченности гостиницами. Если нормативным считается 10 мест на 1000 жителей, то в Украине этот показатель составляет 2,3 гостиничных места на 1000 жителей (для сравнения в Москве – 9,3 места, С.-Петербурге – 6,4, Париже – 38,4), причем в Киеве – 6 мест, а по Харькову – лишь 1,76.

По данным Харьковского областного управления статистики на 1.01.2000г. в Харьковской области функционировали 76 предприятий гостиничного хозяйства на 5153 места, в том числе 39 гостиниц на 3769 мест, 2 мотеля на 249 мест, 1 кемпинг на 76 мест и 34 общежития для приезжих на 1059 мест, в том числе в г. Харькове: 12 гостиниц, 2 мотеля и 8 общежитий, общая единовременная вместимость которых составляет 3164 места. При этом расходы по их эксплуатации в 9094,7 тыс.грн. превышают доходы 7387,8 тыс.грн. как по региону в целом, так и по г. Харькову – 8123,8 и 6934,3 тыс.грн. соответственно. И все это при том, что в мире гостиничный бизнес считается одним из наиболее прибыльных.

Отсюда следует, что гостиничная база Харьковского региона еще не используется соответствующим образом. Необходимо искать пути совершенствования этой работы, усиливая специализацию гостиниц на обслуживание делового туризма ввиду его всесезонности (так как бизнес-программы действуют в течение всего года); прогнозируемости (обычно тур формируется за срок от полугода до года до его начала); ориентации на клиентов с высоким доходом, потребляющих услуги среднего и высокого качества; активизации потребления дополнительных услуг во время проведения деловых мероприятий. Гостиницы получают возможность приобретать новых клиентов, рекламируя себя в деле – нередко бизнесмены, находившиеся в гостинице во время делового мероприятия, возвращаются сюда вновь, посещая город с личными целями, так как уже знакомы с уровнем обслуживания в ней. Для этого гостиницы должны обеспечить престижность и комфортность размещения, безопасность проживания, условия для проведения деловых мероприятий (строительство и переоборудование современными техническими устройствами конференц-залов), располагать широкой инфраструктурой и спектром дополнительных услуг (питание,

развлечения, сувениры и т.п.), а также проводить гибкую политику в области использования различных систем поощрения клиентов (разнообразные системы скидок постоянным и корпоративным клиентам).

Критические замечания и дополнения по поводу затронутой темы, а также возможная консультационная поддержка будут с благодарностью приняты по e-mail: andrenko@ksame.kharkov.com

Получено 17.01.2002

УДК 796.51

МУСАНА М.О.ОМУШ

Харьковская государственная академия городского хозяйства

### **ОЦЕНКА ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН БЛИЖНЕГО ВОСТОКА**

Излагается рейтинговая оценка туристской привлекательности стран Ближнего Востока. Дана формула расчета конкурентоспособности регионов. Особое внимание уделено оценочным показателям Иордании – страны автора.

Для разработки и успешного проведения эффективной туристской политики важное значение имеет оценка привлекательности туристских регионов. Для этого туристские фирмы и агентства широко используют метод анкетного или безанкетного опроса самых различных групп населения, ориентируясь на предполагаемых потенциальных туристов. Большую ценность представляет также опрос граждан, которые побывали в качестве туристов в изучаемых регионах. С этой точки зрения большой интерес представляют материалы интервью, которые во второй половине 90-х годов дважды проводились в гостиницах и аэропортах Аммана и Акабы специалистами Иордании. Первое обследование охватило 997, второе – 2021 респондентов.

Изучение нами материалов этих интервью дало возможность прийти к заключению, что хотя их данные имеют очень важное значение для оценки уровня туристского обслуживания в стране, однако для решения стратегических задач перспективного развития туризма сегодня требуются новые подходы. В этом плане была исследована туристская привлекательность стран Ближнего Востока по нами разработанной методике. Полученные статистические результаты были обобщены с использованием электронных таблиц EXCEL. Рейтинговые показатели опроса туристской привлекательности стран ближневосточного региона приведены в табл.1. По этим показателям на первом месте стоит Египет – 8 баллов, далее следуют Иордания, Израиль и Саудовская Аравия – 7 баллов, затем Иран, Ирак, Ливан и Сирия – 6 баллов и наконец Алжир – 4 балла. Таким образом, общий